

Nama : Nazwa Devita Mawarni

NPM : 2313031071

Kelas : 2023 C

Studi Kasus Pertemuan 5 MPPE

1. Identifikasi Masalah Penelitian

Masalah utama dalam kasus ini adalah penurunan jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir, meskipun upaya promosi telah dilakukan secara intensif. Hal ini menunjukkan adanya ketidakefektifan strategi promosi atau adanya faktor lain yang lebih dominan memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk mendaftar ke universitas tersebut.

Masalah penelitian yang relevan:

“Mengapa jumlah mahasiswa baru di universitas X terus menurun meskipun strategi promosi sudah ditingkatkan melalui berbagai media dan kerja sama dengan sekolah menengah?”

2. Variabel Penelitian

Dua variabel yang dapat dikaji adalah:

1) Efektivitas strategi promosi universitas

- Jenis variabel: Independen (variabel bebas)
- Penjelasan: Mewakili intensitas dan kualitas kegiatan promosi yang dilakukan (media sosial, pameran, dan kemitraan sekolah).

2) Minat calon mahasiswa untuk mendaftar ke universitas

- Jenis variabel: Dependen (variabel terikat)
- Penjelasan: Mencerminkan hasil atau dampak dari strategi promosi, yang terlihat dari penurunan jumlah pendaftar.

Selain dua variabel bisa juga ditambahkan variabel intervening seperti persepsi reputasi universitas atau tingkat kepuasan informasi yang diperoleh calon mahasiswa.

3. Paradigma Penelitian yang Tepat

Paradigma yang paling sesuai untuk mengkaji kasus ini adalah paradigma interpretif (konstruktivis).

Alasan:

- ✓ Paradigma ini berfokus pada pemahaman makna subjektif yang dimiliki individu (dalam hal ini calon mahasiswa, orang tua, dan guru BK) terhadap universitas dan promosinya.
- ✓ Penurunan pendaftar bukan hanya persoalan angka (kuantitas), tetapi juga bagaimana calon mahasiswa memaknai citra, kredibilitas, dan daya tarik universitas.
- ✓ Peneliti dapat menggali secara mendalam melalui wawancara, diskusi kelompok, atau observasi untuk menemukan insight yang tidak tampak dari data statistik promosi semata.

4. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Rumusan Masalah:

“Bagaimana persepsi calon mahasiswa terhadap strategi promosi yang dilakukan universitas X, dan bagaimana persepsi tersebut memengaruhi minat mereka untuk mendaftar?”

Pertanyaan Penelitian:

“Apa faktor-faktor perseptual dan pengalaman yang memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk tidak memilih universitas X meskipun telah menerima berbagai bentuk promosi?”